观连起来，大家沿双螺旋楼梯走上‘中国扇’，能看黄浦江、世博文化公园和浦西天际线。这些设计本身就在回应‘文化客厅’的功能定位——即使当天没有演出，人们也愿意来停留、来看风景、来参加活动。”张笑丁说道。

如今，随着开幕演出陆续上演，以及“中国扇”观景平台预约开放，人们可以先沿双螺旋楼梯走上“中国扇”，欣赏黄浦江和世博文化公园的景观，也可以在咖啡厅小憩，逛一逛文创商店。歌剧科普展览、艺术电影放映、亲子工作坊和大师讲堂等活动，也会成为剧院日常生活的一部分。参观、参加一场活动，都可以成为走进大歌剧院的开始。

“170 天”的挑战与底气

今年 5 月 1 日，上海大剧院总经理张笑丁接到一个任务：由上海大剧院团队承接上海大歌剧院运营工作，准备 10 月 17 日正式开幕。

张笑丁此前在上海大剧院工作了 30 年，过去习惯的是中心城区、传统舞台系统的剧院。她所在的上海大剧院，作为剧场管理品牌对外输出，同时运营 YOUNG 剧场、苏州狮山大剧院、西岸大剧院等多家剧院，拥有成熟的经营管理经验。

但是，从 5 月承接运营到 10 月正式开幕，这一阶段不是简单地把一套成熟经验搬过来，而是面对一个多剧场、多品类、多功能的新集群。

张笑丁向记者介绍，从上海大剧院带来的，首先是运营一套完整剧场的基本功：节目排期、技术合成、舞台管理、观众服务、艺术教育、品牌活动、节庆策划，以及和院团长期合作的经验。

然而，经验没法完全照搬。上海大歌剧院不一样。红厅 2000 座，是经典综合剧场，以歌剧、交响、芭蕾、

第二十五届中国上海国际艺术节暨上海大歌剧院开幕音乐会《上海大歌剧院和她的朋友们》。

